



LA ACEPTACIÓN DE LOS NUEVOS PRECIOS Y ESCALAS DE VALORES EN EUROS

(LAS CAJAS DE AHORROS FACILITARÁN A SUS CLIENTES OPERAR CON CUENTAS EN EUROS A PARTIR DE 1999. 31-AGOSTO-1998)

Todos los europeos hemos sido educados en las escalas de valores de cada una de nuestras monedas nacionales. Dentro de unos meses los ciudadanos tendrán que comenzar a entender y aceptar más fácilmente los nuevos precios en euros. Ocurre un poco como durante el aprendizaje de una lengua: es preciso tiempo y práctica antes de poder pensar en la nueva unidad.

El sector financiero y los comerciantes son los que tendrán el papel central en ayudar a los ciudadanos europeos a entender los precios y los valores, en definitiva a aceptar el euro. Estos dos sectores de la economía tienen un contacto diario con los consumidores, teniendo una relación monetaria con ellos y representan los lugares de prueba del poder adquisitivo, del funcionamiento y aceptabilidad de los medios de pago.

Familiarizando a los ciudadanos

La educación y campañas de información continuas, producirán una familiarización gradual con el euro durante el período de transición (1999 - 2001). De otra forma, la introducción de billetes y de monedas en el año 2002 tendría un efecto "big bang" sobre las capas menos preparadas de la población, lo que llevaría a un rechazo de la moneda única y, probablemente, a un menor consumo.

El consumidor no debe limitarse únicamente a reconstruir su escala de precios en euros, es decir, a restablecer su capacidad de recordar los precios en una moneda dada, sino que debe reconstruir también su escala de valores, esto es, su habilidad para fijar el valor de un bien a partir de su precio. Por lo tanto, la cuestión de las escalas de valores afecta a un factor primordial del consumidor, su necesidad de seguridad; es decir, estar seguro de que podrá pagar en euros por los mismos bienes y servicios tal y como lo venía haciendo anteriormente con la moneda nacional.

Familiarizar al consumidor con las nuevas escalas de valores significa utilizar la nueva moneda única como una unidad de cuenta y como un medio de pago tan pronto como sea posible. Para hacer más fácil este proceso de familiarización, ha de perseguirse un doble objetivo: por un lado, crear las condiciones adecuadas para que la información satisfaga al consumidor y para, de este modo, darle seguridad y confianza en la nueva moneda y, por otro lado, permitirle utilizar de forma gradual el euro durante el período de transición.



El uso del euro en forma de dinero bancario será cada vez más común a partir de 1999, debido al abastecimiento de bienes y servicios facturados en euros por los comerciantes (grandes empresas, entidades financieras, entidades de seguro, etc.) y a la demanda generada por ciertos grupos. De este modo, proveedores y clientes solicitarán progresivamente a los comerciantes que operen en euros.

Existen razones de tipo económico que hacen pensar que el euro sufrirá un rápido desarrollo a través del "efecto porosidad". A partir del 4 de enero de 1999, las bolsas y los mercados financieros empezarán a operar, lo que afectará de forma automática a millones de acciones y de poseedores de bonos y obligaciones en Europa. Igualmente, un gran número de empresas, como aquellas que se dedican a la exportación o a la subcontratación, tenderán a cambiar al euro durante el período de transición, sin tener que esperar al final de dicho período.

Haciendo del euro algo fácil de entender

Grupos de expertos han buscado identificar los mecanismos utilizados por las distintas categorías de consumidores para comprender o entender el euro, siendo el objetivo determinar sus necesidades en términos de la familiarización con el euro, de la información suministrada al respecto y de la práctica en su uso. Consideran que esto es fundamental para animar al público a que se familiarice con la moneda única y con los nuevos valores y escalas de precios utilizando medidas informativas y formativas. Se diseñarán diferentes campañas informativas para las distintas categorías de usuarios. La relación entre los comerciantes y los consumidores varía de acuerdo con el estatus de éstos últimos, es decir, en función de si son consumidores "estándar" o consumidores menos adaptables (aquellos que no saben leer o escribir, las personas mayores, los más jóvenes, los discapacitados físicos, las personas socialmente más desfavorecidas, los ciegos y disminuidos visuales, personas que no disponen de una cuenta corriente, etc.).

Las dificultades que provocará la transición al euro entre las capas de la población más desfavorecidas o más sensibles a este tema no son nada despreciables. Para estas personas, la transición al euro supondrá un importante cambio en su entorno y en sus puntos de referencia. A pesar de que las entidades financieras y las autoridades públicas lograrán "facilitar" la idea del euro al consumidor medio, es erróneo pensar que estarán en condiciones de afrontar las situaciones complicadas que se les presentarán sin recurrir a la ayuda de otros sectores, tanto privados como aquellos sin ánimo de lucro.

Es responsabilidad de las Administraciones públicas de los Estados miembros, la realización de campañas informativas y educativas a los ciudadanos.



Los objetivos comunes de consumidores y comerciantes

Los consumidores y los comerciantes comparten objetivos comunes, ya que ambas partes se enfrentan a los mismos retos, seguir a buen ritmo el uso del euro, asegurando de este modo un desarrollo gradual y adecuado. Por ello, las relaciones entre consumidores y comerciantes deben basarse en la confianza mutua, lo que generará un mejor entendimiento y la aceptación por parte de todos de los nuevos precios y escalas de valores en euros.

Existe el riesgo de un marcado contraste entre aquellos que estarán suficientemente informados y preparados para manejar billetes y monedas en euros y aquellos que no lo estarán. Éstos últimos, tendrán dificultades para comprender y adaptarse a la nueva moneda y por consiguiente, se mostrarán reacios a la introducción del euro.

Los consumidores están a diario en contacto directo con los pequeños comerciantes, que forman un punto de referencia indispensable para la moneda. Los pequeños comerciantes sirven de indicador del estándar de vida para el consumidor, ya que son ellos los que interpretan las tendencias de precios. Por esta razón, y a pesar de que difundir la información a los consumidores no sea una labor que competa de manera exclusiva a los comerciantes, éstos tendrán que ayudar inevitablemente a los consumidores a asimilar las conversiones y a comprender las nuevas diferencias de precios. A partir del 2002, los comerciantes jugarán un papel decisivo en cuanto a la ayuda que deberán prestar a los consumidores menos experimentados en el reconocimiento y utilización de las nuevas monedas y billetes.

La actitud de las entidades financieras

El estrecho contacto diario entre consumidores, comerciantes y entidades financieras, muestra la importancia del papel mediador asignado a éstas últimas en cuanto al euro, al igual que la necesidad de anticipar el comportamiento de los consumidores. Es un acontecimiento usual, que tanto los consumidores como comerciantes, estén en contacto con las entidades financieras para el mantenimiento de sus cuentas, préstamos o la demanda de asesoramiento.

La actitud adoptada por las Cajas de Ahorro es la de dar facilidades a los operadores económicos, basándose en el principio de "no prohibición, no obligación", que quieran utilizar el euro como un medio de pago durante el período de transición.

La decisión de las Cajas de Ahorro es de posibilitar el uso del euro, dando la opción a sus clientes, a partir de 1999, de mantener cuentas en euros, así como de utilizar dinero escritural para realizar transacciones en euros: cheques, pagos electrónicos, transferencias bancarias, etc.



Una de las condiciones que animará el desarrollo de los pagos en euros es el principio de neutralidad financiera. La utilización del euro no debe resultar más costosa que la de las unidades monetarias nacionales, ya que éstas son en esencia dos subdivisiones de la misma moneda. Esto se aplica a los pagos realizados a través de transferencia bancaria, cheques, tarjetas de crédito y medios de pago electrónicos. Las condiciones financieras que regirán cada uno de estos medios de pago serán idénticas, tanto si el pago se realiza en euros o en moneda nacional.

Observatorios locales del euro

La creación de observatorios locales del euro destacará la necesidad de seguridad y de unas prácticas justas durante el período de transición y asegurará la transparencia de las transacciones, todas ellas indispensables para que la introducción de la nueva moneda europea tenga éxito y para que se genere la confianza necesaria. Estos observatorios podrían comprobar si los agentes económicos se están ajustando a las prácticas de buena conducta durante el cambio al euro y analizar las tendencias de precios con el fin de evitar que se produzcan aumentos ocultos de precios y de disipar las dudas de los consumidores sobre alzas de precios inesperadas. Podrían igualmente aglutinar todas las quejas que surgiesen entre las partes implicadas, encontrar soluciones concretas y por último coordinar los esfuerzos de educación y de información.

Estos observatorios estarían formados por representantes de organismos públicos, de sectores económicos y de consumidores y animaría una información participativa.

Papel de los observatorios:
<ul style="list-style-type: none">• identificar las dificultades generales encontradas por los distintos sectores, en particular, los consumidores;• asegurar que se está aplicando el tipo de conversión y hacer un seguimiento de las tendencias de precios a nivel local, y publicar periódicamente los resultados obtenidos;• catalogar la información a difundir y fomentarla, o direccionar la que contenga consultas a los organismos adecuados;• Ayudar a resolver casos no fraudulentos en la fase anterior al litigio a través de mecanismos de mediación.



Datos curiosos

De acuerdo con la encuesta del Eurobarómetro que preguntaba a los encuestados qué métodos de pago utiliza el público para una suma de al menos 100 ecus, sólo el 41% (haciendo la media para 15 euros) de los encuestados afirmaron pagar al contado. Sin embargo, las respuestas variaron considerablemente de un Estado miembro a otro: desde el 67% de los holandeses, hasta el 67% de los españoles. Para los pagos realizados en otro país, la cifra equivalente (dinero) es menor, situándose en un 34%.

En una banda de 30 km. a la redonda (excluidas las fronteras marítimas), cerca de 35 millones de europeos utilizan innumerables divisas a diario. Aquí destacan los países del Benelux, Austria, Alemania y Francia, con más del 10% de la población afectada.

De los 372 millones de habitantes de la Unión Europea, 96 millones, esto es, el 25,8% de la población, viajan por la UE cada año.